

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, M. (2022). Kepercayaan dan harga keputusan nasabah menggunakan produk tabungan haji di PT. Bank Muamalat. *Journal of Comprehensive Islamic Studies*, 1(1), 107–132. <https://doi.org/10.56436/jocis.v1i1.97>
- Affiah, & Ardyansyah, F. (2023). Analisis minat masyarakat berinvestasi emas melalui produk pembiayaan cicil emas di Bank Syariah Indonesia menggunakan pendekatan theory of planned behavior. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 2879–2900. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.3709>
- Ahda, N. S. 2023. Pengaruh Promosi dan Fluktuasi Harga Emas Terhadap Keputusan Nasabah Cicil Emas di BSI KCP Pasar Cempaka.
- Ardianto, H. (2022). Relationship marketing dan brand equity mempengaruhi loyalitas nasabah bank syariah di Kota Surabaya. *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 19(1), 1–13. <https://doi.org/10.30651/blc.v19i1.9616>
- Basri, A. I., & Yuliana, I. D. (2022). Faktor- faktor yang mempengaruhi ekuitas merek pada pengguna mobile banking Bank Syariah Indonesia. *JPS: Jurnal Perbankan Syariah*, 3(1), 43–56. <https://doi.org/10.46367/jps.v3i1.506>
- Bgs, P. P. W., I, G. A. K. G. S. (2024). *The Influence Of Price, Product Quality, And Promotion On The Decision To Purchase Jewelry At The Agung Amertha Kencana Gold Shop In Tabanan District. Internasional Journal of Economics, Business and Innovation Research*, 3(01).
- Endriani, D. 2018. *Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pengguna Jasa J&T Express Di Bandar Lampung)*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Raden Intan: Lampung
- Fadilah, Khurotul., & Amma Fazizah. (2023). Pengaruh Fluktuasi Harga Emas, Promosi, dan Risiko Investasi Terhadap Minat Masyarakat Pada Produk Tabungan Emas. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*, 2(3). <https://doi.org/10.58192/ebismen.v2i3.1275>
- Fajar, A., Bintoro, B. P., Nur, A., Barkah & Dody, P. M. (2024) *Effect of product innovation on purchase decisions mediated by brand image at PT Pegadaian*. *Jurnal Ekonomi*, 13(01), 2721-9879.
- Fakhri, H. O., & Indra, A. P. (2022). Analysis of public interest in gold installment products at Bank Syariah Indonesia KCP Medan Tomang Elok. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Keuangan*, 3(3), 909–916. <https://doi.org/10.53697/emak.v3i3.631>
- Fauziah, I., Pudyaningih, A. R., & Erwantingih, E. (2024). Pengaruh promosi dan persepsi nilai terhadap keputusan pembelian produk cicil emas di BSI KCP Pasuruan Sudirman 1 (Studi kasus pada program Grebeg Pasar). *Musyari: Veraca Manajemen, Akuntansi dan Ekonomi*, 7(3), 61–70. <https://doi.org/10.8734/musyari.v7i3.4917>



- Ginting, F. R. 2022. Pengaruh Kemasan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Skincare* Scarlett Whitening (Studi Kasus Pada Toko Wn Kosmetik Medan). Skripsi. Universitas Medan Area; Medan.
- Hasnawati., & Muhammad Abdi Buhasyim. (2024). Pengaruh Persepsi dan Tingkat Harga Terhadap Keputusan Pada Pembelian Produk Tabungan Emas. *Jurnal Perbankan dan Keuangan Syariah* P-ISSN: 2828-4402 E-ISSN: 2963-9034. <https://ejournal.iain-bone.ac.id/index.php/ibf/article/view/5506/pdf>
- Ikhsan, N., Fadilla, & Choirunnisak. (2022). Pengaruh promosi dan harga emas terhadap minat nasabah produk BSI gadai emas (Studi kasus ex Bank Syariah Mandiri KC Simpang Patal Palembang). *JIMPA: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah*, 2(2), 351–376. <https://doi.org/10.36908/jimpa.v2i2.86>
- Islamiah, A. N., Mujito, & Nababan, B. O. (2023). Pengaruh harga, citra merek dan promosi terhadap keputusan pembelian logam mulia EOA Gold di Bogor. *Jurismata*, 5(1), 25–36.
- Juliana, J., Nurhaliza, F., Hermawan, R., & Marlina, R. (2023). Bank Syariah Indonesia customer loyalty after merger: Analysis of trust, service quality, religiosity, and corporate image. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 10(1), 96–108. https://doi.org/10.20473/vol10iss20231_pp96-108
- Kasanah, Isrodiyaton. 2024. Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Cical Emas Dengan Minat Beli sebagai Intervening Pada Nasabah PT Pegadaian Cabang Madiun. *Jurnal Manajerial Bisnis*, 8(10), 19-30. <https://jurnal.uwp.ac.id/pps/index.php/mm/article/download/655/540>
- Khairunnisa. 2020. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pasa Cv. Cempaka Motor Binjai. Skripsi. Universitas Pembangunan Panca Budi; Medan.
- Kurniawan, I. (2019). Analisis keuntungan investasi emas dengan IHSG. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 3(2), 16–23. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v3i2.4955>
- Lombok, V. V., & Samadi, R. L. (2022). Pengaruh *Brand Image*, *Brand Trust* Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Emina (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 953-964.
- Maharani, N. S. (2020). Pengaruh promosi dan fluktuasi harga emas terhadap minat nasabah pada produk tabungan emas. *Muhasabatuna: Jurnal Akuntansi Syariah*, 2(1), 57–78. <https://doi.org/10.54471/muhasabatuna.v2i1.702>
- Maria, R. T. 2017. *Pengaruh Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan*. Skripsi. Universitas, *Brand Trust Dan Kualitas Produk* Negeri Semarang; Semarang.
- R., Amir, A., & Isnaeni, N. (2024). Pengaruh pendapatan, pengetahuan, promosi dan harga emas terhadap keputusan mitra bank berinvestasi emas di BSI Kota Jambi. *SANTRI: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 2(4), 142–155. <https://doi.org/10.61132/santri.v2i4.770>



- Mirza, T. K., Sudjatno, S., & Sunaryo, S. (2018). The role of customer value, Islamic brand preference, and image on deposit decision. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 22(2), 350–361. <https://doi.org/10.26905/jkdp.v22i2.1341>
- Mukminin, M. A., & Latifah, F. N. (2020). Pengaruh citra merek dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah bank syariah di Sidoarjo. *Perisai: Islamic Banking and Finance Journal*, 4(1), 54–72. <https://doi.org/10.21070/perisai.v4i1.525>
- Muliadi, S. (2022). Determinan loyalitas nasabah Bank NTB Syariah. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 11(2), 184–199. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v11i2.825>
- Munir, H. Z. A. H., & Muliadi, S. (2021). Pengaruh etika marketing terhadap keputusan nasabah menggunakan produk murabahah perspektif hukum Islam di BPRS Tulen Amanah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(3), 1730–1739. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i3.3597>.
- Montalalu, Prisca., & Michael, Ch. Raintung. (2022). Analisis Pengaruh Strategi Promosi, Citra Merek dan Persepsi terhadap keputusan Nasabah Pengguna Tabungan Emas Pada PT. Pegadaian (Persero) Kanwil V Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis*. Vol. 6 No. 3.
- Nabila & Puspita. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Pengetahuan Produk Terhadap Pembiayaan Murabahah Cicilan Emas (Studi Pada Bank XYZ). *Journal of Accounting, Management, and Islamic Economics*, Vol. 02, No. 01, Juni 2024: 369-378
- Nasrullah, M. 2022. *Pengaruh Iklan Media Sosial Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Kendaraan Kalla Toyota Dengan Brand Trust Sebagai Variabel Intervening*. Tesis. Universitas Bosowa: Makassar.
- Nugraha, J. P. Dkk. 2021. *Teori Perilaku Konsumen*. Pt. Nasya Expanding Management. Pelangongan; Jawa Tengah.
- Pratiwi, T. D. 2018. *Analisis Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Yang Mempengaruhi Siswa Smk Dalam Memilih Perguruan Tinggi Di Bandar Lampung*. Skripsi. Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya; Bandar Lampung.
- Prihatna, R. A. 2019. *Pengaruh Brand Image, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Keramik Centro Di Cv. Tanjung Emas)*. Skripsi. Universitas Semarang: Semarang.
- Razak, M. (2016). *Perilaku Konsumen*. Alauddin University Press.
- Rinanda, F. M., & Alisman. (2023). Pengaruh promosi terhadap minat generasi milenial menggunakan produk tabungan emas di Pegadaian Syariah Ups Johan Pahlawan. *Jurnal Investasi Islam*, 8(2), 198–215. <https://doi.org/10.32505/jii.v8i2.7743>.
- Robyani, N. M., Ritonga, A. H., & Mubyarto, N. (2023). Pengaruh religiusitas, pelayanan, dan promosi terhadap keputusan menabung di bank syariah. *Journal of Comprehensive Islamic Studies*, 1(2), 391–426. <https://doi.org/10.56436/jocis.v1i2.91>



- Rosiyani, N., & Hasyim, F. (2021). Analisis pengaruh minat generasi milenial dalam menggunakan produk tabungan emas di Pegadaian Syariah. *JEKSYAH: Islamic Economics Journal*, 1(2), 65–79. <https://doi.org/10.54045/jeksyah.v1i02.4>
- Rokhmat, Arifin. (2019) *Analisis Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas, Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda (Studi Pada Konsumen Sepeda Motor Honda Di Semarang)*. Skripsi. Universitas Maritim Amni: Semarang.
- Safari, R. T., Arief, K., Sulisty, B. U., Andi, N. S. L., & Itto, T. (2024). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi (EMT) KITA*, 8(4), 2549-6204. <https://doi.org/10.35870/emt.v8i4.3236>
- Santoso, Agung. (2023). Rumus Slovin: Panacea¹ Masalah Ukuran Sampel?. *Jurnal Psikologi Universitas Sanata Dharma*, 4(2), 1412-9426. <https://e-journal.usd.ac.id/index.php/suksma/article/view/6434/3637>
- Shahana, M., Falahuddin., Mukhlis, M., Nur., & Ichsan. 2024. Pengaruh Harga Emas dan Integrated Marketing Communication (IMC) terhadap Minat Masyarakat pada Pembiayaan Cicilan Emas pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus BSI KC Lhokseumawe). *Jurnal Revolusioner*, 7(10), 90-97. <https://oaj.jurnalhst.com/index.php/jer/article/view/5316/5696>
- Sunda, Sheilli S., Rudi, S. Wenas., & Jane, G. Poluan. (2022) Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Loyalitas Nasabah Produk Logam Mulia Pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Manado Utara. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis*. Vol. 10 No. 1.
- Tajudin, M. H., & Mulazid, A. S. (2017). Pengaruh promosi, kepercayaan dan kesadaran merek terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan haji (Mabrur) Bank Syariah Mandiri KCP Sawangan Kota Depok. *ISLAMICONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam*, 8(1), 19–46. <https://doi.org/10.32678/ije.v8i1.64>
- Tamimi, Nazarul. (2022). Pengaruh Promosi dan Citra Merek Perusahaan Terhadap Minat Nasabah Pada Produk Cicil Emas di Pegadaian Syariah Cabang Ketupang Aceh Besar. Masters thesis, UIN Ar-Raniry.
- Vinisia, Y. I. (2023). Pengaruh Fluktuasi Harga Dan Promosi Terhadap Minat Konsumen Pada Produk Cicil Emas Bank Syariah Indonesia. *BIREV: Business and Investment Review*, 1(3), 2986-7347. <https://lqdpublishing.org/index.php/birev>
- Wijaksono, D. B., Jeisy, G., & Chairunissa, R. (2022). Pengaruh citra merek dalam pembentukan loyalitas dan minat menabung nasabah Bank Syariah Indonesia. *Al-Mutharahah: Jurnal Penelitian dan Kajian Sosial Keagamaan*, 19(2), 156– 170. <https://doi.org/10.46781/al-mutharahah.v19i2.460>.
- Wijaksono, I. K. A., Agung, A. A. P., & Prayoga, I. M. S. (2021). Pengaruh *Digital Marketing, Quality Product Dan Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Roti Di Holland Bakery Batubulan. *Emas*, 2(3).



Zalina, D. 2018. Pengaruh Faktor Psikologis Konsumen Etnis Tionghoa Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Perbankan (Studi Pt Bank Central Asia Tbk Bandar Lampung). Skripsi. Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya; Bandar Lampung.

